

пинно розвивається у взаємодії ядра («золотий мільярд») з напівпериферією і периферією світу.

Основними досягненнями школи є розробка підходу ССА (світ-системного аналізу) до аналізу глобальних структур.

Світ-системний аналіз (англ. world-systems analysis, далі ССА) за своєю сутністю становить орієнтований на історичну перспективу аналіз циклів, тенденцій і довгострокових структурних характеристик світової економіки [1].

Список використаної літератури:

1. Сучасна глобалістика: її школи, концепції, постулати, проблеми та дослідження в цій сфері в Україні [електронний ресурс] // Новини освіти. – Режим доступу: <http://points.net.ua/article.php/20091130234721895>.
2. Наукові школи сучасної глобалістики [електронний ресурс] // Режим доступу: <http://helpiks.org/2-80000.html>.

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

Шульга В. М., к.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки  
Шелудько В. І., магістрант  
Київський національний університет технологій та дизайну

Актуальність вивчення корпоративної соціальної відповідальності в Україні посилюється тією обставиною, що вітчизняне господарське середовище не пройшло у своєму історичному розвитку необхідних етапів, які у західному суспільстві призвели до усвідомлення важливості філософії соціальної відповідальності. Об'єктом дослідження виступає корпоративна соціальна відповідальність, предметом є сучасний стан соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Мета дослідження: виявити основні тенденції та перспективи розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Так, Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку визначає соціальну корпоративну відповідальність як «зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками їхніми родинami, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя». Категорією «соціальна відповідальність бізнесу» в Україні почали оперувати з тих пір, як 16 грудня 2005 р. в Києві був підписаний Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні, який визначає принципи і завдання соціально відповідального бізнесу. За результатами соціологічного опитування, проведеного Центром 2 соціальних експертиз Інституту соціології НАН України та благодійним фондом «Інтелектуальна перспектива», в якому взяли участь 811 підприємств різних розмірів, форм власності та сфер діяльності, бізнес-структури позиціонують своє ставлення до аспектів соціальної відповідальності наступним чином: до реалізації соціальних проектів 60 % респондентів ставляться позитивно та вважають її корисною для

суспільства в цілому; чверть опитаних продемонструвала «нейтралітет»; 5 % респондентів зафіксували негативне ставлення, оцінивши таку діяльність як «марну витрату часу та ресурсів»; у визначенні сфер, які потребують соціальних проектів – допомога дітям-інвалідам – 69 %; допомога інвалідам, людям похилого віку, знедоленим – 60; охорона здоров'я – 58; освіта – 50; екологія – 39; наука – 30; культура, мистецтво – 22 %. Багато з цих чинників, які негативно позначаються не лише на формуванні соціально відповідальної поведінки, але й на розвитку підприємництва взагалі, пояснюється тим, що останнім часом в Україні зростає протистояння держави і підприємницьких кіл. Свідомством цього є і динаміка зміни індексу економічної свободи. За рівнем економічних свобод у 2015 році Україна посіла 162-е місце із 179 країн світу.

До найбільших проблем відноситься корупція, недосконалість фінансової системи, бюрократичні перешкоди, які ускладнюють комерційні операції і створення бізнесу. Майже не спостерігається прогресу в залученні іноземних інвестицій: зарубіжних інвесторів лякає корупція, яка, на жаль, поширилася серед усіх верств суспільства і рівнів влади, а також проникла в усі сфери економіки. Через бюрократичні бар'єри іноземним інвесторам недоступна значна кількість секторів економіки, а укладені з ними угоди не завжди захищені правовою системою, якій не вистачає незалежності і повноважень. Усе це свідчить про те, що Україна лишається позаду інших, з насамперед європейських, країн у сфері створення сприятливого середовища для розвитку підприємництва та боротьби з корупцією. Проблеми стимулювання участі комерційних організацій у вирішенні пріоритетних соціальних проблем населених пунктів дотепер комплексно не розглядаються ні на місцевому, ні на загальнодержавному рівні. У цих умовах питання стимулювання участі комерційних організацій разом з органами місцевого самоврядування у здійсненні соціальної політики часто вирішуються цими органами хаотично й непослідовно, що у свою чергу гальмує залучення недержавних суб'єктів і їхніх додаткових ресурсів у роботу з розвитку соціальної сфери. Крім того, багато вітчизняних підприємств не бажають відкрито заявляти про те, що вони займаються соціальною відповідальністю, тим більше не лише з моральних причин, але й для покращення свого іміджу та з чисто бізнесових інтересів. Така ситуація обумовлена наступним. По-перше, вона віддзеркалює в цілому негативне ставлення громадян до бізнесу в українському суспільстві. По-друге, здійснення будь-яких соціальних заходів може бути розцінене як ознака того, що вони приховують свій прибуток. Світова економічна криза загострила питання відповідальності бізнесу у суспільстві. Вибір інструментів і засобів, які використовуються задля виходу із кризового стану, набуває особливого значення, торкаючись життєво важливих інтересів бізнесу, держави і громадян, підвищуючи ціну економічних і соціальних наслідків рішень і дій, що ухвалюються для їх реалізації. Масштаби соціальної активності можуть істотно зрости, якщо держава буде її заохочувати та стимулювати шляхом формування сприятливого соціально безпечного середовища для діяльності підприємців. Причому це середовище утворюється

не самою державою, а через посередництво інститутів громадянського суспільства, наприклад, бізнес-асоціацій, ЗМІ, громадських благодійних організацій, наукових установ тощо.

У таких умовах саме органи місцевої влади мають відіграти ключову роль у налагодженні стабільного та ефективного зв'язку між бізнесом і громадою у вирішенні соціальних проблем останньої на засадах добровільності та взаємовигоди. Необхідною умовою успішного подолання кризових явищ стає ухвалення і реалізація бізнесом зважених і узгоджених рішень з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін. Будь-які соціально спрямовані дії у межах внутрішніх (орієнтованих на персонал) і зовнішніх програм повинні бути скоординовані із стратегічними завданнями бізнесу. Варто дуже чітко визначати основні параметри політики, оптимізувати управлінські схеми (включаючи моніторинг, контроль, оцінку результатів, попередження негативних наслідків). Саме тому фактори ефективності стають сьогодні вирішальними, а до соціальної відповідальності, як до частини загальної стратегії компанії, висуваються надзвичайно високі вимоги.

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ**

Шульга В. М., к.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки  
Дудик І.Ю., магісрант

Київський національний університет технологій та дизайну

В умовах входу України до світового економічного простору підприємствам важливо мати змогу розвиватися за рахунок певних конкурентних переваг, тому вибір правильної стратегії має бути пріоритетом. Стратегічне управління витратами дозволяє побудувати ефективну конкурентоспроможну стратегію, яка забезпечить реалізацію товару чи послуг та дозволить швидко реагувати на зміни зовнішніх факторів. Більшість підприємств використовують застарілі, малоефективні стратегії та методи, що призводить до зниження доходу або навіть банкрутства деяких підприємств. Тому в роботі був проведений аналіз економічних показників, ринку збуту та конкурентного середовища підприємства з метою побудови ефективного механізму стратегічного управління витратами.

Концепція стратегічного управління витратами з'явилася досить недавно, але провідні консалтингові компанії рекомендують її до використання. Основні положення цієї системи лежать в основах стратегії підприємства та базуються на фундаментальних поняттях стратегічного менеджменту. Основні відмінності стратегічного управління витратами визначено розумінням поведінки витрат, визначенням способів аналізу витрат та встановленням цілей аналізу.

Найбільш популярною концепцією в економічній літературі є концепція яка з'явилася у результаті об'єднання трьох напрямків стратегічного менеджменту: